خطة القنوات

اختر كل قناة بحسب المهمة التي تؤديها الرسالة، وأغلق قناة قبل أن تضيف أخرى.

طريقة تعبئته

1. سمِّ المهمة: هل يحتاج الناس إلى المعرفة، أم إلى الفهم والاقتناع، أم إلى المشاركة في القرار؟
2. كلما كبرت المهمة، صارت القناة أقرب: بريد إلكتروني أو شاشة للمعرفة، ومدير مع الفريق للاقتناع، وورشة عمل صغيرة للمشاركة.
3. قبل أن تضيف قناة جديدة، أغلق قناة قائمة. القناة التي لا يفتحها أحد تسحب من مصداقية باقي القنوات.

قناة لكل شريحة قناة رئيسية واحدة وقناة مساندة واحدة

شريحة	المطلوب	القناة الرئيسية	القناة المساندة
شريحة 1	□ المعرفة □ أن يقتنع □ أن يشارك في القرار		
شريحة 2	□ المعرفة □ أن يقتنع □ أن يشارك في القرار		
شريحة 3	□ المعرفة □ أن يقتنع □ أن يشارك في القرار		
شريحة 4	□ المعرفة □ أن يقتنع □ أن يشارك في القرار		
شريحة 5	□ المعرفة □ أن يقتنع □ أن يشارك في القرار		

قناة سنغلقها هذا العام القناة التي لا يفتحها أحد

قبل أن تنتقل

- ☐ كلما كبر المطلوب، اقتربت القناة أكثر.
- ☐ لا تخرج أي رسالة على كل القنوات في الوقت نفسه.
- ☐ نحدد قناة لإغلاقها قبل إضافة أي قناة جديدة.

القاعدة

لكل رسالة قناة. وليس لكل قناة رسالة.

المصدر: 83% من المهنيين يرون أن تكدس المعلومات يتزايد · Gallagher · Employee Communications Report 2026

خطة القنوات

مثال تطبيقي

هذا المثال افتراضي لإظهار قالب معبّأ. استبدله بمثال من عندك.

قناة لكل شريحة قناة رئيسية واحدة وقناة مساندة واحدة

شريحة	المطلوب	القناة الرئيسية	القناة المساندة
مديرو الفروع	أن يقتنع	المدير الإقليمي مع مديري الفروع وجهاً لوجه	ملخص من صفحة واحدة عبر البريد الإلكتروني
مندوبو المبيعات المتنقلون	أن يقتنع	مدير الفرع مع الفريق في اجتماع يوم الأحد	رسالة قصيرة من المشرف
دعم المبيعات في المكتب الرئيسي	المعرفة	البريد الإلكتروني	منشور على الشبكة الداخلية

قناة سنغلقها هذا العام القناة التي لا يفتحها أحد

النشرة الشهرية بصيغة PDF